

PENGETAHUAN MAHASISWA TATA RIAS KECANTIKAN UNP TERHADAP PEMBELIAN *SUNSCREEN*

Andini Septiani¹, Tyas Asih Surya Mentari²

Program Studi D4 Tata Rias dan Kecantikan
Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang
andiniseptiani041@gmail.com¹ tyasasih@fpp.unp.ac.id²

ABSTRAK

Pada saat ini wanita lebih sering menggunakan *sunscreen* sebagai salah satu upaya untuk melindungi kulit dari paparan langsung sinar matahari, berdasarkan hasil survei banyaknya produk *sunscreen* yang ditemukan oleh konsumen mulai dari produk lokal dan luar negeri sehingga mempengaruhi konsumen dalam membeli produk *sunscreen*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengetahuan Mahasiswa Tata Rias Kecantikan UNP Terhadap Pembelian *Sunscreen*.

Metode penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan jenis deskriptif analitik. Yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui google form kepada 30 responden

Berdasarkan analisis hasil penelitian yang dilakukan yaitu sebanyak 30 responden, 17 responden termasuk dalam kategori pengetahuan cukup yaitu 56,7% pada rentang nilai 56-75%. Sedangkan 13 responden termasuk dalam kategori pengetahuan kurang yaitu 43,3% pada rentang < 55%. Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengetahuan mahasiswa Tata Rias Kecantikan UNP Terhadap Pembelian *Sunscreen* termasuk dalam kategori kurang (56,7%).

Kata Kunci : Pengetahuan, Pembelian *Sunscreen*.

ABSTRACT

Women more often use sunscreen as an effort to protect their skin from direct exposure to sunlight. Consumers find many sunscreen products ranging from local and foreign products, thus influencing consumers in buying sunscreen products. This research aims to determine the knowledge of UNP Cosmetology and Beauty Students regarding purchasing sunscreen.

This research method is descriptive research with analytical descriptive type. Which functions to describe or provide an overview of the object under study through data or samples that have been collected as they are without carrying out analysis and making conclusions that apply to the general public. Data was collected using a questionnaire via Google Form for 30 respondents

Based on the analysis of the results of research conducted with 30 respondents, 17 respondents were included in the sufficient knowledge category, namely 56.7% in the value range of 56-75%. Meanwhile, 13 respondents were included in the lack of knowledge category, namely 43.3% in the range < 55%. In this study it can be concluded that the knowledge of UNP Cosmetology and Beauty students regarding purchasing sunscreen is in the poor category (56.7%).

Keywords: Knowledge, Sunscreen Purchase.

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi, teknologi dan budaya pada saat ini sangat banyak menimbulkan kebutuhan manusia yang semakin berkembang, tidak hanya kebutuhan pokok, kebutuhan pangan, tetapi juga kebutuhan pribadi seperti melakukan perawatan kulit wajah (*skincare*). Macam-macam produk *skincare* yaitu untuk menyegarkan dan mengurangi minyak di wajah (*oil cleanser*, *micellar water* dan *toner*), pelembab kulit wajah untuk melembabkan serta mencegah kerusakan kulit akibat pemakaian *make up* dan sinar matahari serta *sunscreen* untuk melindungi kulit dari sengatan matahari (Irwanto, I., & Hariantiningasih, 2020). Adapun menurut Minerva (2019) menyatakan kosmetik perawatan kulit wajah terbagi dalam kosmetik pembersih untuk mengangkat sisa kotoran pada kulit, pelembab untuk menjaga kelembaban kulit, peeling untuk pengelupasan sel kulit mati dan tabir surya untuk melindungi dari sinar UV matahari. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa, melakukan perawatan kulit wajah menggunakan produk *skincare* dapat mengatasi permasalahan yang dialami serta menjaga kecantikan dan kesehatan kulit wajah.

Keinginan konsumen dalam membeli produk *sunscreen* tentu bukanlah hal yang begitu saja terjadi. Pada survei yang telah dilakukan oleh Robert & Brown (2022) kepada wanita di Indonesia *brand skincare* lokal memang sangat populer dan disenangi oleh wanita Indonesia saat ini sebanyak 77,8% dan produk luar negeri sebanyak 19,0%. *Sunscreen* merupakan salah satu produk *skincare* yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Namun konsumen cenderung membeli produk dengan merek/*brand sunscreen* yang terkenal karena merasa lebih nyaman dengan hal-hal yang sudah dikenali. Terdapat fenomena yang di temukan oleh Marisa & Rowena (2019)“generasi millennial mempunyai gaya hidup dimana pada saat membeli barang terkadang tidak memperdulikan harganya hanya karena melihat merek atau *brand* dari barang tersebut”. Pembelian *sunscreen* dapat dilihat dari bagaimana kemantapan membeli produk setelah mengetahui informasi produk, memutuskan membeli karena merek yang paling disukai, membeli karena sesuai dengan kebutuhan dan membeli karena mendapa rekomendasi orang lain (Kotler & Armstrong 2008:181).

Pengetahuan Mahasiswa Tata Rias Kecantikan UNP terhadap *Sunscreen*

menunjukkan bahwa sebagian besar pengetahuan responden dalam pembelian *sunscreen* tergolong cukup, sehingga masih diperlukannya edukasi atau sosialisasi terkait pentingnya pembelian *Sunscreen* bagi kesehatan kulit. Namun, pengetahuan terkait upaya lain dalam menjaga dan melindungi kulit dari bahaya paparan sinar matahari selain dari penggunaan *sunscreen* sudah baik.

Berdasarkan uraian diatas peneliti berkeinginan dan tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengetahuan Mahasiswa Tata Rias dan Kecantikan UNP Terhadap Pembelian *Sunscreen*”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan jenis deskriptif analitik. Yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Data diperoleh secara langsung melalui kuesioner dalam bentuk google form. Penelitian ini dilakukan di Program Studi Pendidikan Tata Rias dan Kecantikan Departemen Tata Rias dan Kecantikan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan.

HASIL

Kuesioner pengetahuan *sunscreen* terdiri dari 12 pernyataan yang berisi tentang pengetahuan umum mengenai pembelian *sunscreen*. Pada kuesioner ini responden diminta untuk menjawab

pernyataan dengan kategori ya atau tidak. maksimal untuk tiap pertanyaan yaitu $1 \times 12 = 12$. Jadi skor total skor untuk 78 responden yaitu $13 \times 30 = 390$.

Tabel 1. Kuesioner Pengetahuan Pembelian *Sunscreen*

N O	Pertanyaan	Kriteria		Presentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	Apakah anda menggunakan produk <i>sunscreen</i> ?	22	8	26,7 %	7,33 %
2.	Apakah anda melihat kandungan yang terdapat pada produk <i>sunscreen</i> sebelum membeli ?	14	16	46,7 %	53,3 %
3.	Apakah anda membeli produk <i>sunscreen</i> berdasarkan SPF yang ditawarkan ?	14	16	46,7 %	53,3 %
4.	Saat membeli produk <i>sunscreen</i> , apakah harga menjadi	18	12	60 %	40%

	patokan bagus atau tidaknya produk tersebut ?				
5.	Apakah menurut anda semakin tinggi harga produk <i>sunscreen</i> semakin bagus perlindungan yang diberikan ?	17	13	56,7 %	43,3 %
6.	Apakah pemilihan <i>brand</i> penting bagi anda sebelum membeli produk <i>sunscreen</i> ?	20	10	66,7 %	33,3 %
7.	Apakah saat membeli produk <i>sunscreen</i> anda memilih produk yang sedang <i>booming</i> ?	19	11	63,3 %	36,7 %
8.	Apakah penilaian orang lain menjadi	20	10	66,7 %	33,3 %

	faktor pembelian produk <i>sunscreen</i> ?				
9.	Apakah <i>brand</i> lokal dan non lokal mempengaruhi keputusan anda dalam pembelian produk <i>sunscreen</i> ?	10	20	33,3 %	66,7 %
10.	Apakah anda membeli produk <i>sunscreen</i> berdasarkan <i>packagingnya</i> ?	15	15	50 %	50%
11.	Apakah menurut anda produk <i>sunscreen</i> yang tidak <i>booming</i> menunjukkan kurangnya perlindungan atau kandungan yang terdapat pada	14	16	46,7 %	53,3 %

	produk tersebut ?				
1 2.	Apakah menurut anda produk yang sedang <i>trend</i> menunjukkan kualitas yang baik ?	1 9	11	63,3 %	36,7 %

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini jenis kelamin dan semester yang sedang ditempuh dengan jumlah responden sebanyak 30 responden.

Tabel 2. Karakteristik Responden Mahasiswa Tata Rias dan Kecantikan

Karakteristik Responden	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Perempuan	30	100
Semester (n=225)		
Semester 1	8	26,6
Semester 3	7	23,3
Semester 5	7	23,3
Semester 7	8	26,6

Berdasarkan tabel diatas, sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 30 responden (100%). Karakteristik responden berdasarkan pendidikan yang sedang ditempuh, sebagian besar responden yaitu semester 1 dan semester 7 reguler sebanyak 8 responden (26.6%) (tabel. 2).

2. Karakteristik Pengetahuan

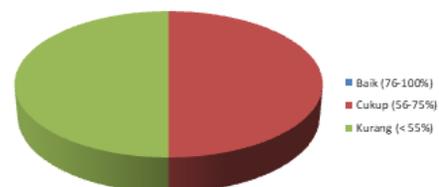
Perhitungan persentase tingkat pengetahuan tentang *sunscreen* dihitung dengan rekapitulasi dari total skor sampel. Total skor sampel disebut juga sebagai skor dari butir pernyataan tingkat pengetahuan *sunscreen* yang dikalikan dengan bobot skor menurut skala *Likert*. Kemudian total skor sampel dikalikan 100% dan dibagi dengan total skor pada pernyataan.

Tabel 3. Distribusi karakteristik pengetahuan responden

Karakteristik Pengetahuan	N	%
Baik (76-100%)	-	-
Cukup (56-75%)	17	56,7%
Kurang (< 55%)	13	43,3%
Total	30	100%

Hasil penelitian karakteristik pengetahuan mahasiswa terhadap pembelian *sunscreen* sebagian besar termasuk dalam kategori cukup yaitu 17 orang (56,7%) sedangkan pengetahuan kurang sebanyak 13 orang (43,3%).

Gambar 1. Diagram distribusi karakteristik pengetahuan pembelian *sunscreen*



Rata-rata Tingkat Capaian Responden (TCR) skor dapat dijelaskan dengan menggunakan rumus persentase sebagai berikut, diperoleh hasil :

$$\begin{aligned}
 \text{Persentase TCR} &= \frac{\text{Total Skor}}{\text{Jumlah Skor Tertinggi Ideal}} \times 100 \\
 &= \frac{202}{1 \times 12 \times 30} \times 100\% \\
 &= \frac{202}{360} \times 100\% \\
 &= 56,7\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus tingkat capaian responden yang diuraikan di atas diperoleh persentase 56,7% berada pada rentang nilai 56-75% dengan kategori cukup. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengetahuan 17 mahasiswa tergolong cukup terhadap pembelian *sunscreen*.

$$\begin{aligned}
 \text{Persentase TCR} &= \frac{\text{Total Skor}}{\text{Jumlah Skor Tertinggi Ideal}} \times 100 \\
 &= \frac{158}{1 \times 12 \times 30} \times 100\% \\
 &= \frac{158}{360} \times 100\% \\
 &= 43,3\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus tingkat capaian responden yang diuraikan di atas diperoleh persentase 43,4% berada pada rentang nilai < 55% dengan kategori kurang. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengetahuan 13 mahasiswa tergolong kurang terhadap pembelian *sunscreen*.

PEMBAHASAN

Berdasarkan tabel diatas, sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 30 responden (100%). Perhitungan persentase tingkat pengetahuan tentang *sunscreen* dihitung dengan rekapitulasi dari total skor sampel. Total skor sampel disebut juga sebagai skor dari butir pernyataan tingkat pengetahuan

sunscreen yang dikalikan dengan bobot skor menurut skala Likert. Kemudian total skor sampel dikalikan 100% dan dibagi dengan total skor pada pernyataan.

Berdasarkan analisis hasil penelitian yang dilakukan yaitu sebanyak 30 responden, 17 responden termasuk dalam kategori pengetahuan cukup yaitu 56,7%. Sedangkan 13 responden termasuk dalam kategori pengetahuan kurang yaitu 43,3%.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian tentang tingkat pengetahuan dan perilaku penggunaan *sunscreen* pada mahasiswa Tata Rias Kecantikan UNP Terhadap Pembelian *sunscreen* dapat disimpulkan bahwa pengetahuan mahasiswa Tata Rias Kecantikan UNP Terhadap Pembelian *sunscreen* termasuk dalam kategori kurang (56,7%).

DAFTAR PUSTAKA

- Indonesia Cancer Care Community. (2020). <https://iccc.id/sekilas-kanker-kulit>
- Isfardiyana, H. S., & Sita, S. R. (2014). Pentingnya melindungi kulit dari sinar ultraviolet dan cara melindungi kulit dengan sunblock buatan sendiri. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 3(2), 126–133. <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/view/7819>
- Minerva, P. (2019). Penggunaan Tabir Surya Bagi Kesehatan Kulit. *Jurnal Pendidikan Dan Keluarga*, 11(1), 87. <https://doi.org/10.24036/jpk/vol11-iss1/619>
- Mumtazah, E. F., Salsabila, S., Lestari, E. S., Rohmatin, A. K., Ismi, A. N.,

Rahmah, H. A., Mugiarto, D., Daryanto, I., Billah, M., Salim, O. S., Damaris, R., Astra, A. D., Zainudin, L. B., Noorrizka, G., & Ahmad, V. (2020). Pengetahuan Mengenai Sunscreen Dan Bahaya. 7(2), 63–68

Nahar, V. K., Wilkerson, A. H., Ghafari, G., Martin, B., Black, W. H., Boyas, J. F., Savoy,

M., Bawa, G., Stafford, F. C., Scott, M., Grigsby, T. B., Gromley, Z., Grant-Kels, J. M., & Brodell, R. T. (2018). Skin cancer knowledge, attitudes, beliefs, and prevention practices among medical students: A systematic search and literature review. *International Journal of Women's Dermatology*, 4(3), 139–149. <https://doi.org/10.1016/j.ijwd.2017.10.002>

Skin Cancer Foundation. (2019). All about Sunscreen. <https://www.skincancer.org/skin-cancer-prevention/sun-protection/sunscreen/>